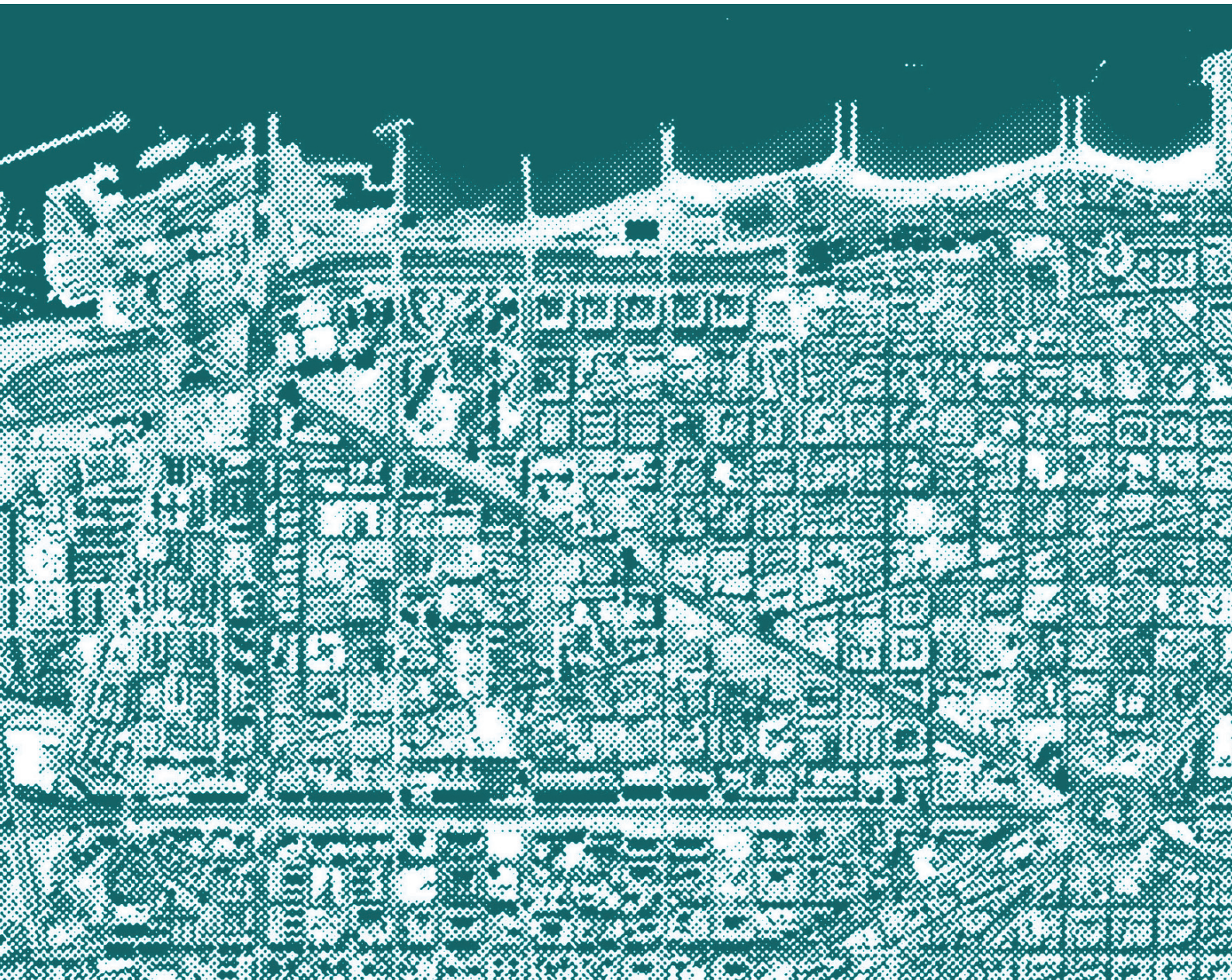




PROGRAMA MARCA BARCELONA

**Enquesta sobre la Marca Barcelona
'Survey on the Barcelona City Brand'**

Octubre 2013



BCD Barcelona Centre de Disseny impulsa el Programa Marca Barcelona amb l'objectiu de promoure i potenciar la marca Barcelona, tot recolzant aquelles empreses que la vulguin incorporar en la seva estratègia empresarial, per ajudar-les en el seu creixement i/o en la seva internacionalització.

Un dels objectius principals d'aquest programa és la recopilació de dades sobre el posicionament de la ciutat i la seva marca. En aquest marc, BCD ha elaborat l'enquesta 'Survey on the Barcelona City Brand', un qüestionari adreçat a la seva xarxa de contactes internacionals amb l'objectiu d'aportar dades sobre els valors que defineixen la Marca Barcelona, els factors més rellevants a l'hora de decidir un projecte d'inversió a una determinada ciutat, i el rànquing de les ciutats globals més creatives.

MOSTRA

BCD ha distribuït l'enquesta entre un total de 390 professionals amb càrrecs directius i executius en empreses i institucions internacionals vinculades al món de la tecnologia, les indústries creatives i la innovació.

S'han rebut un total de 82 respostes de professionals que pertanyen a diferents perfils d'organitzacions europees principalment.

RESULTATS DE L'ENQUESTA

1. Valor i atributs de la Marca Barcelona

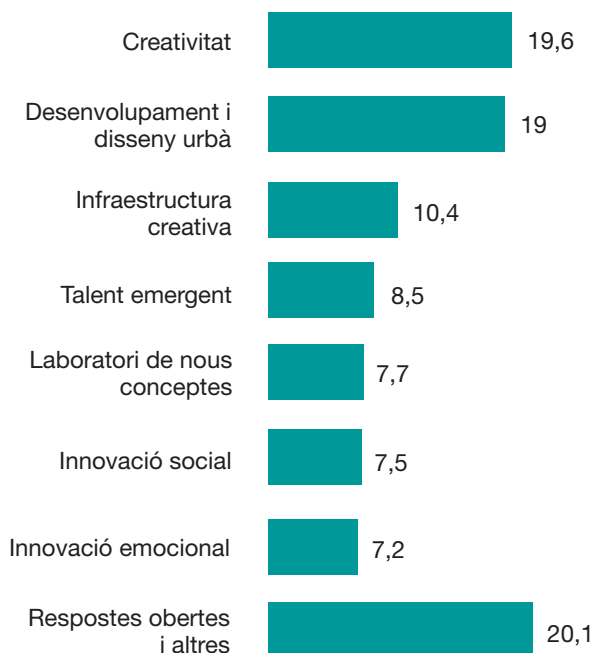
A l'hora de descriure els cinc valors i atributs que millor defineixen la marca Barcelona, s'han suggerit conceptes vinculats a l'empresa i a les indústries creatives, amb la possibilitat de triar múltiples opcions i de suggerir-ne d'altres.

Dels resultats obtinguts destaquen la creativitat (amb un 19,6%) el disseny i el desenvolupament urbà (amb un 19%) i la infraestructura creativa (amb un 10,4%) com a valors més destacats. Es consideren també el talent emergent (amb un 8,5%), el laboratori de nous conceptes (amb un 7,7%), la innovació social (amb un 7,5%) i la innovació emocional (amb un 7,2%).

A un nivell més baix es posicionen l'emprenedoria i les *start-ups* (amb un 4,4%), la capacitat de transformar idees en negocis (amb un 2,9%) i la innovació tecnològica (amb un 2,4%).

S'afegeixen a aquest llistat (un 10,4% de respostes obertes) atributs com l'estil i la qualitat de vida, la cultura i l'arquitectura, i la definició de Barcelona com una ciutat contemporània, amb visió de futur ambiciós i amb una transformació continua, entre d'altres.

Valors i atributs de la marca Barcelona (%)



2. Rànquing de les ciutats globals més creatives

Les respostes rebudes situen les ciutats de San Francisco (amb 15%) i Londres (amb 14%) com a capdavanteres a nivell creatiu, ambdues amb un posicionament internacional destacat, respectivament, pel seu potencial innovador i emprenedor i pel seu paper econòmic i social que es tradueix en un teixit empresarial, cultural i creatiu capdavanter en molts aspectes.

En tercera posició figura Nova York (amb un 12%), 'capital cultural' dels EUA, i una de les marques ciutat més reconegudes de l'àmbit internacional; i en quart lloc se situa Barcelona (amb un 11%).

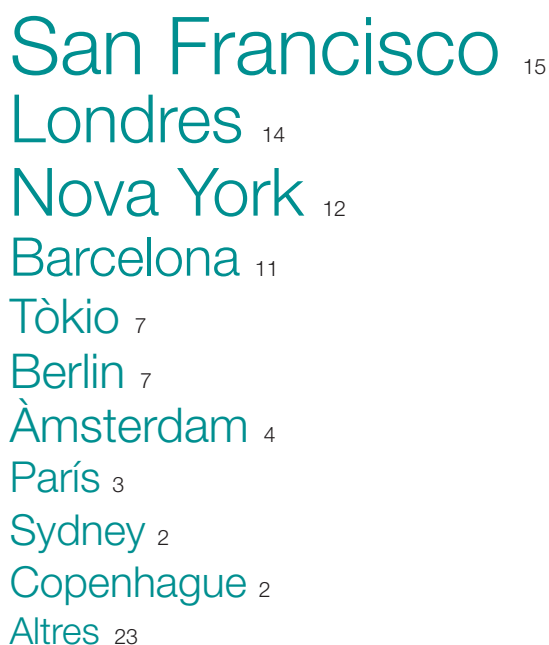
Les següents ciutats més destacades són Tokio i Berlín (amb un 7% cadascuna), i a més distància Amsterdam (amb un 4%), París (amb un 3%) i Sydney i Copenhaguen (amb un 2%).

3. Factors determinants per invertir en una ciutat

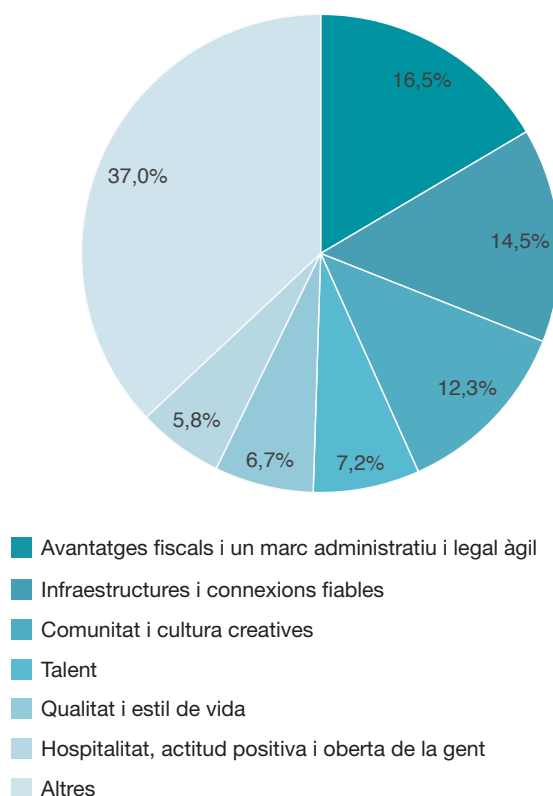
A la pregunta sobre els tres factors més rellevants d'una ciutat per establir-hi un projecte d'inversió els resultats de l'enquesta indiquen que és imprescindible comptar amb uns avantatges fiscals i un marc administratiu i legal àgil que faciliti la creació de noves empreses (amb un 16,5%), amb unes infraestructures i connexions fiables (amb un 14,5%), i amb una comunitat i una cultura creatives (amb un 12,3%).

Es consideren també importants el talent (amb un 7,2%), la qualitat i l'estil de vida (amb un 6,7%) i l'hospitalitat i l'actitud positiva i oberta de la gent (amb un 5,8%).

Ciutats globals més creatives (%)



Factors determinants per invertir (%)



PRINCIPALS CONCLUSIONS

Com a principal conclusió val a dir que el potencial creatiu, la concentració de talent i la diversitat dels professionals, i el posicionament internacional de la marca Barcelona són els actius més destacats de la ciutat segons la percepció general dels enquestats.

D'altra banda, s'afegeixen altres factors com la infraestructura creativa amb una excel·lent oferta formativa, el disseny, la innovació, el desenvolupament urbà, la qualitat de vida, l'eficiència en la gestió global de la ciutat o el seu dinamisme com a elements que contribueixen a potenciar-la com a capital creativa.

La quarta posició de Barcelona en el rànquing de ciutats més creatives posa de manifest el seu bon posicionament internacional, situant-se per davant de capitals com Berlín, Tòquio, Amsterdam o París, i ben a prop de Nova York, Londres i San Francisco, que encapçalen el llistat.

Malgrat el potencial creatiu de la ciutat i el reconeixement global de la marca Barcelona assolit en els darrers 25 anys, de les respostes obtingudes es desprèn que és necessari reforçar i planificar accions a mig i llarg termini per mantenir aquests estatus i convertir-lo en un dels principals actius que garanteixin la competitivitat del teixit socioeconòmic de la ciutat.

En base als resultats de l'enquesta, BCD proposa:

1. Reforçar els valors emergents de la Marca Barcelona, com ara la innovació emocional, la innovació social, la ciutat com a laboratori de nous conceptes o l'emprenedoria, vinculats a la creativitat.
2. Potenciar la utilització de la Marca Barcelona entre les empreses i els professionals creatius per al seu posicionament i la internacionalització dels seus productes i serveis.
3. Establir mecanismes que contribueixin a l'atracció d'empreses internacionals i habilitar equipaments d'entorn creatiu que faciliti el seu establiment a la ciutat.



Barcelona Centre de Disseny

BCD Barcelona Centre de Disseny
Av. Diagonal 452 5a planta
08006 Barcelona

+34 932 182 822
www.bcd.cat

BCD Barcelona Centre de Disseny és una entitat privada de promoció i dinamització del disseny amb més de 40 anys d'experiència al servei de les empreses i les institucions públiques. Té com a objectius principals promoure el disseny com a factor clau d'innovació i competitivitat; crear valor econòmic i social; projectar internacionalment la marca Barcelona i Catalunya com a referents en creativitat i innovació, i afavorir l'atracció de talent i inversió.

Creat l'any 1973 com a primer centre de promoció del disseny de l'estat, actualment BCD impulsa activitats i projectes emmarcats en tres àmbits d'actuació: Política de Disseny; Creixement Empresarial i Emprenedoria Creativa; i Promoció i Internacionalització.

BCD impulsa el **Programa Marca Barcelona** amb l'objectiu de promoure i potenciar la marca Barcelona, tot recolzant aquelles empreses que la vulguin incorporar en la seva estratègia empresarial, per ajudar-les en el seu creixement i/o en la seva internacionalització.